

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Responden merupakan sumber informasi atau data utama dalam penelitian. Responden pada penelitian ini berjumlah 100. Beberapa gambaran umum responden seperti umur, domisili, berapa lama *follow* Instagram @humas.jateng, apakah pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar), hingga kebutuhan informasi apa saja yang dibutuhkan dapat dilihat sebagai berikut:

a. Umur

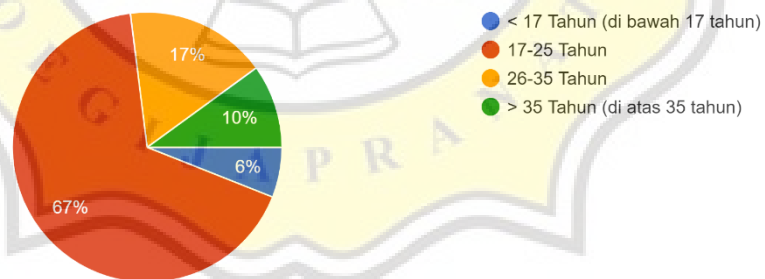


Diagram 4.1 Umur Responden

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.1, melalui 100 responden ternyata usia *followers* di bawah 17 tahun sejumlah 6% (6 orang), 17-25 tahun sejumlah 67% (67 orang), 26-35 tahun sejumlah 17% (17 orang), dan

di atas 35 tahun sejumlah 10% (10 orang). Melalui data tersebut dapat disimpulkan jika mayoritas responden pada penelitian ini yaitu berusia 17-25 tahun.

b. Domisili

Tabel 4.1 Domisili Responden

No	Domisili	Frekuensi
1	Semarang (Jawa Tengah)	47
2	Kudus (Jawa Tengah)	7
3	Purbalingga (Jawa Tengah)	1
4	Magelang (Jawa Tengah)	5
5	Sukoharjo (Jawa Tengah)	1
6	Klaten (Jawa Tengah)	2
7	Surakarta (Jawa Tengah)	2
8	Banyumanik (Jawa Tengah)	1
9	Tegal (Jawa Tengah)	1
10	Cilacap (Jawa Tengah)	1
11	Kendal (Jawa Tengah)	1
12	Jepara (Jawa Tengah)	4
13	Brebes (Jawa Tengah)	1
14	Kebumen (Jawa Tengah)	1
15	Jawa Tengah	12
16	Depok (Jawa Barat)	1
17	Indramayu (Jawa Barat)	1
18	Banten (Jawa Barat)	1
19	Jakarta (Jawa Barat)	2
20	Cirebon (Jawa Barat)	1
21	Bekasi (Jawa Barat)	1
22	Bogor (Jawa Barat)	1
23	Kediri (Jawa Timur)	1
24	Yogyakarta (DIY)	3
25	Babat Supat (Sumatera Selatan)	1
TOTAL		100

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa domisili responden tersebar di beberapa provinsi Indonesia yaitu Jawa Tengah, Jawa Barat,

Jawa Timur, DIY, dan Sumatera Selatan. Responden dengan domisili di provinsi Jawa Tengah tersebar di kota Semarang, Kudus, Purbalingga, Magelang, Sukoharjo, Klaten, Surakarta, Banyumanik, Tegal, Cilacap, Kendal, Jepara, Brebes, dan Kebumen. Responden dengan domisili di Provinsi Jawa Barat tersebar di kota Bekasi, Bogor, Jakarta, Cirebon, Depok, Banten, dan Indramayu.

Responden dengan domisili di Provinsi Jawa Timur tersebar di kota Kediri, Provinsi DIY tersebar di kota Yogyakarta, serta Provinsi Sumatera Selatan yang tersebar di kota Babat Supat. Berdasarkan mayoritas domisili responden yang terdapat pada tabel di atas, dapat diketahui berada di Provinsi Jawa Tengah yaitu di kota Semarang sebanyak 47 orang, meskipun memang terdapat 12 orang responden lainnya yang tidak menuliskan kota domisili, namun hanya sebatas provinsi Jawa Tengah.

c. Informasi sudah berapa lama *follow* Instagram @humas.jateng

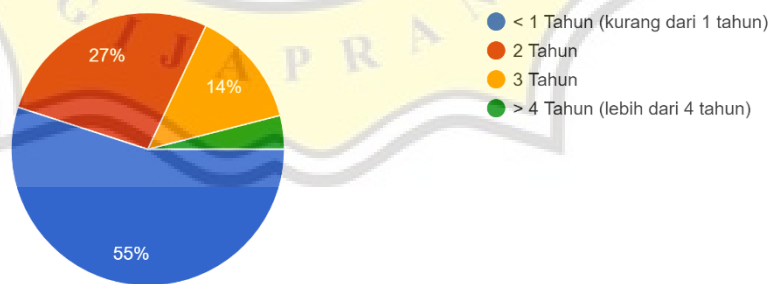


Diagram 4.2 Sudah berapa lama *follow* Instagram @humas.jateng

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.2, diketahui berbagai informasi terkait sudah berapa lama responden *follow* akun Instagram @humas.jateng.

Jangka waktu *follow* kurang dari satu tahun sebanyak 55% (55 orang), dua tahun sebanyak 27% (27 orang), tiga tahun sebanyak 14% (14 orang), serta lebih dari empat tahun sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data yang sudah didapatkan, ternyata mayoritas responden sudah *follow* akun Instagram @humas.jateng kurang dari satu tahun lamanya.

d. Informasi pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar)

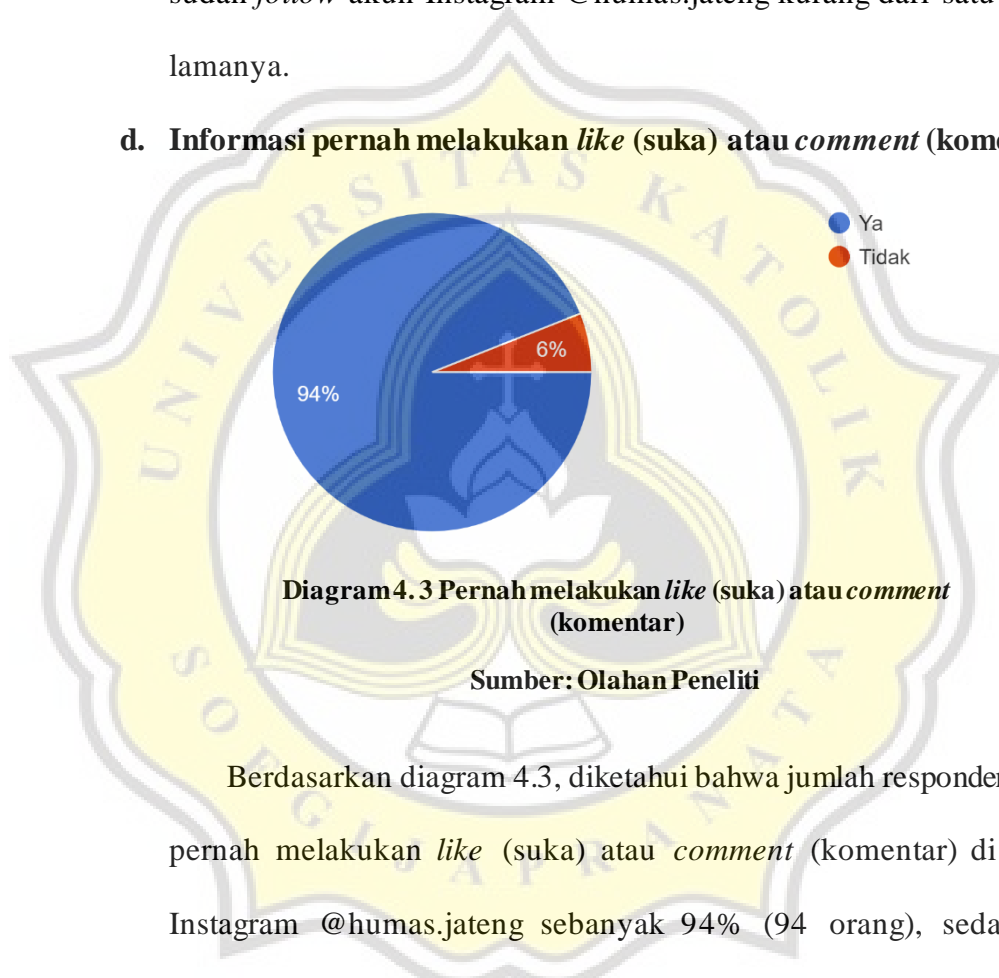


Diagram 4.3 Pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar)

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.3, diketahui bahwa jumlah responden yang pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar) di akun Instagram @humas.jateng sebanyak 94% (94 orang), sedangkan responden yang tidak pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar) sebanyak 6% (6 orang). Berdasarkan data yang ada, diketahui bahwa mayoritas responden sudah pernah melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar). Hal tersebut menandakan adanya interaksi (*feedback*) positif yang diberikan *followers* kepada akun

Instagram @humas.jateng terkait konten-konten informasi yang telah disajikan.

e. **Kebutuhan informasi yang diperlukan *followers* Instagram @humas.jateng**

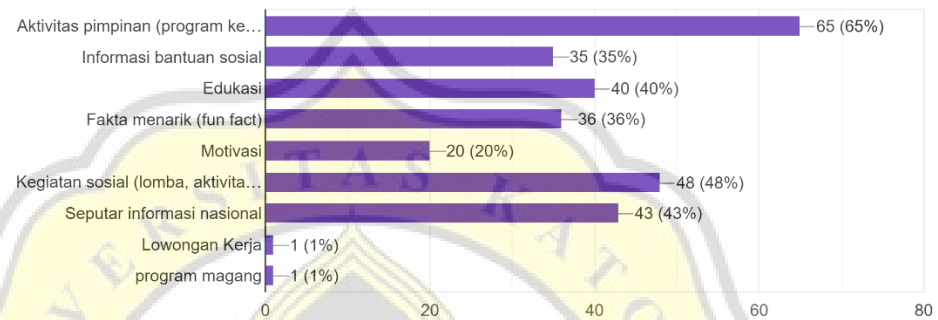


Diagram 4.4 Kebutuhan informasi yang diperlukan *followers*

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.4, terdapat berbagai macam kebutuhan informasi *followers* melalui akun Instagram @humas.jateng. Data yang diperoleh melalui diagram di atas apabila dijumlahkan akan melebihi 100 orang. Hal tersebut bukan berarti jumlah responden melebihi 100 orang, melainkan setiap responden diberi kebebasan untuk dapat memilih dan mengisi lebih dari satu jawaban yang disediakan.

Apabila diurutkan kebutuhan informasi *followers* berdasarkan data yang ada, kebutuhan informasi akan kegiatan pimpinan berada ditingkatan tertinggi yaitu 65% (65 orang). Kebutuhan informasi akan kegiatan sosial sebanyak 48% (48 orang), seputar informasi nasional sebanyak 43% (43 orang), edukasi sebanyak 40% (40 orang), informasi bantuan sosial sebanyak 35% (35 orang), fakta menarik (*fun fact*)

sebanyak 36% (36 orang), dan motivasi sebanyak 20% (20 orang). Dalam pilihan jawaban kuesioner, peneliti juga memberikan jawaban terbuka kepada responden terkait kebutuhan informasi lainnya di luar jawaban yang telah disediakan. Berdasarkan data, ternyata terdapat sebanyak 1% (1 orang) responden yang membutuhkan informasi terkait lowongan kerja dan program magang. Melalui keberagaman kebutuhan informasi *followers* tersebut sudah terpenuhi, hal ini dibuktikan dengan adanya variasi informasi yang dipublikasikan di Instagram @humas.jateng, mulai dari kegiatan pimpinan (kebutuhan informasi yang paling banyak) hingga lowongan kerja dan program magang (jawaban terbuka).

4.1.2 Analisis Variabel Efektivitas

Kebutuhan akan informasi *followers* dapat terpenuhi apabila pengelolaan akun Instagram @humas.jateng sudah dikelola secara efektif. Efektivitas suatu akun Instagram dapat ditentukan oleh beberapa indikator. Melalui penelitian ini, peneliti menyajikan beberapa indikator variabel efektivitas dalam kuesioner, yang di mana responden diberikan kebebasan untuk menjawab pernyataan yang ada sesuai persepsi masing-masing. Berikut hasil data yang telah diperoleh peneliti melalui jawaban responden yang disajikan dalam bentuk diagram:

1. Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya

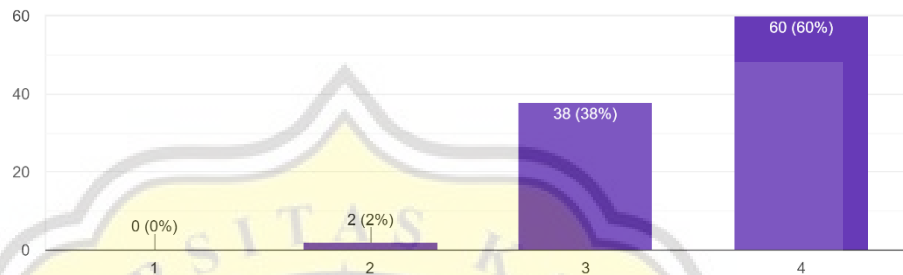


Diagram 4.5 Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.5, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 60% (60 orang). Responden yang memilih jawaban “Setuju” sebanyak 38% (38 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 2% (2 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya. Hal tersebut dikarenakan informasi yang disajikan khususnya yang berkaitan dengan kegiatan pimpinan diliput langsung oleh tim peliputan humas SETDA Provinsi Jawa Tengah.

2. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap, baik meliputi konten kegiatan pimpinan hingga konten edukasi yang diperlukan publik

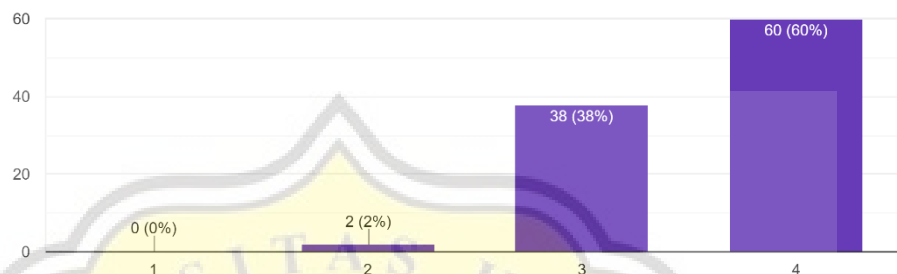


Diagram 4.6 Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.6, diketahui terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 60% (60 orang). Responden yang memilih jawaban “Setuju” sebanyak 38% (38 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 2% (2 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi secara lengkap, baik meliputi konten kegiatan pimpinan hingga konten edukasi yang diperlukan publik.

3. Pengolahan informasi yang disajikan Instagram @humas.jateng sudah dilakukan oleh SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional

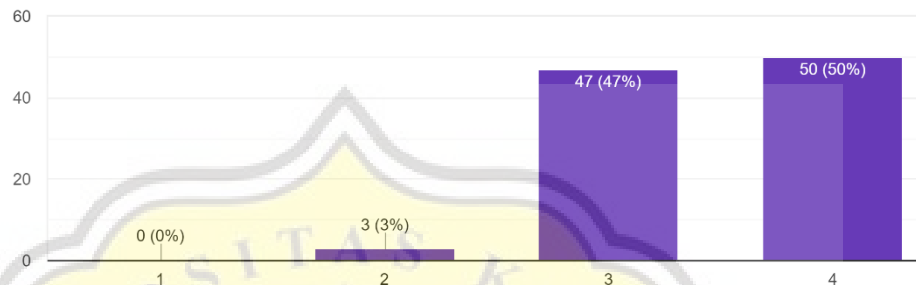


Diagram 4.7 SDM Instagram @humas.jateng yang sudah profesional

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.7, diketahui terkait pernyataan apakah pengelolaan informasi pada Instagram @humas.jateng sudah dilakukan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 50% (50 orang). Responden yang memilih jawaban “Setuju” sebanyak 47% (47 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 3% (3 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bila pengelolaan informasi Instagram @humas.jateng sudah dilakukan oleh SDM yang profesional yaitu staf humas pemerintah yang memang sudah terpercaya dan berpengalaman dalam pengelolaan komunikasi dan informasi melalui media sosial, khususnya Instagram.

4. Publikasi informasi yang disajikan Instagram @humas.jateng memanfaatkan berbagai variasi fitur yang ada

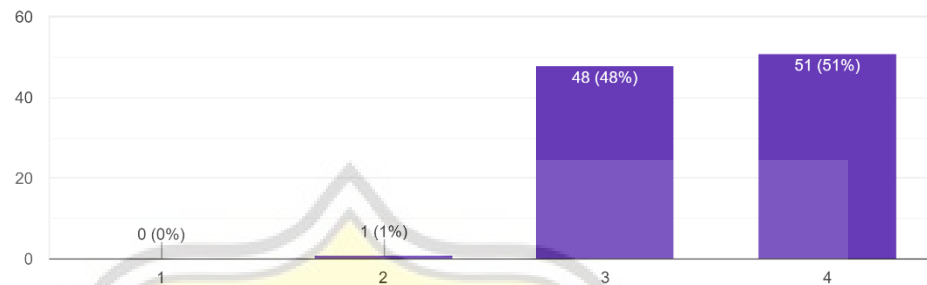


Diagram 4.8 Instagram @humas.jateng memanfaatkan variasi fitur publikasi

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.8, diketahui terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng sudah memanfaatkan variasi fitur publikasi, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 51% (51 orang). Responden yang memilih jawaban “Setuju” sebanyak 48% (48 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila publikasi informasi yang disajikan Instagram @humas.jateng sudah memanfaatkan berbagai variasi fitur yang ada, seperti *Instagram feeds*; *stories*; *reels*; dan lainnya. Variasi fitur publikasi dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah khalayak publik khususnya *followers* dalam mengonsumsi informasi yang disajikan (menghindari terjadinya *spam* informasi pada satu fitur).

5. Instagram @humas.jateng memiliki warna desain visual yang khas dalam upaya *branding* diri

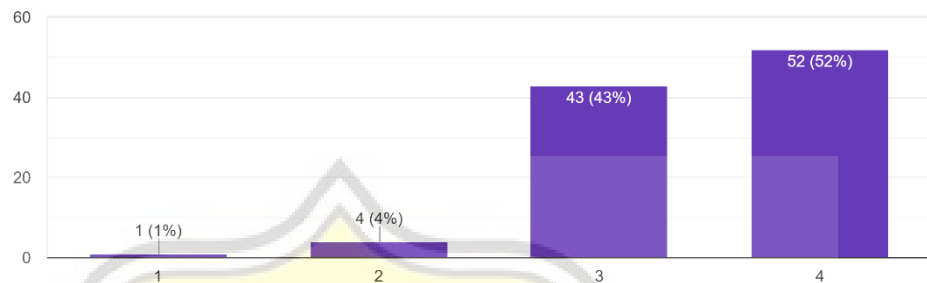


Diagram 4.9 Instagram @humas.jateng memiliki warna desain khas (*branding* diri)

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.9, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng memiliki warna desain visual yang khas sebagai *branding* diri, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 52% (52 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 43% (43 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah memiliki warna desain visual yang khas sebagai upaya *branding* diri. Apabila dilihat melalui postingan yang ada, Instagram @humas.jateng menggunakan tiga warna desain utama yaitu merah; putih; dan kuning sebagai *branding* diri.

6. Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi dengan desain visual yang menarik (nyaman dilihat)

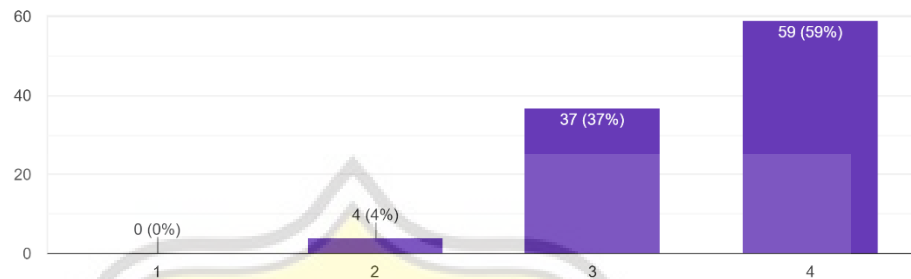


Diagram 4.10 Instagram @humas.jateng menyajikan desain visual yang menarik

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.10, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi dengan desain visual menarik, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 59% (59 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 37% (37 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah memiliki desain visual yang menarik (nyaman dilihat) dalam menyajikan informasi, baik melalui konten foto maupun video. Desain visual konten yang menarik (*eye catching*) penting untuk dilakukan, karena menjadi hal pertama untuk menarik *attention* (perhatian) dari pembacanya.

7. Pengemasan konten dengan menggunakan gaya liputan di Instagram @humas.jateng menambah daya tarik tersendiri

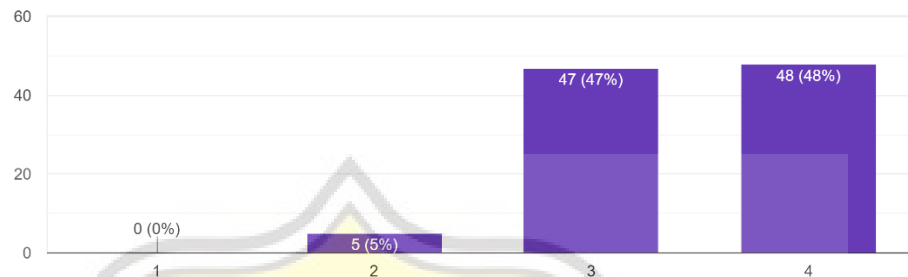


Diagram 4.11 Instagram @humas.jateng Mengemas Konten dengan Gaya Liputan

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.11, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah pengemasan konten Instagram @humas.jateng menggunakan gaya liputan menambah daya tarik tersendiri, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 48% (48 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 47% (47 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 5% (5 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila konten-konten yang disajikan dengan menggunakan gaya liputan mampu menambah daya tarik tersendiri bagi Instagram @humas.jateng. Melihat karakteristik khalayak publik yang berbeda-beda, khususnya yang malas membaca atau kesulitan memahami berita melalui *caption*, penggunaan gaya liputan akan lebih mempermudah pembacanya memahami informasi yang disajikan, karena isi berita dijelaskan dalam bentuk lisan.

8. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi dengan volume dan kejernihan suara yang jelas

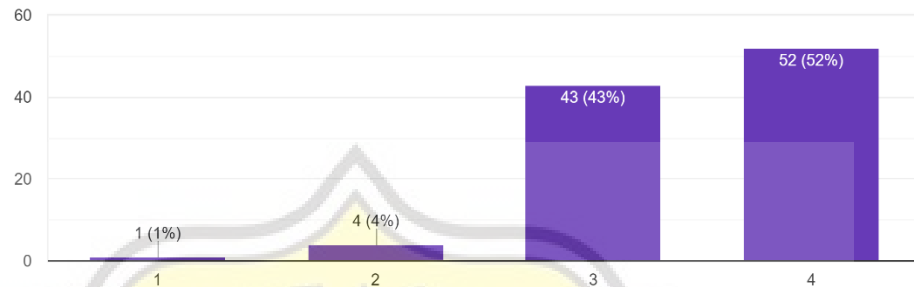


Diagram 4.12 Volume dan Kejernihan Suara Instagram @humas.jateng

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.12, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi dengan volume dan kejernihan suara yang jelas, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 52,8% (57 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 40,7% (44 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 4,6% (5 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1,9% (2 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi dengan volume dan kejernihan suara yang jelas. Dengan demikian, detail informasi yang disajikan dapat dengan jelas didengar dan mudah untuk dipahami. Hal tersebut juga bermanfaat untuk menghindari terjadinya tertinggalnya informasi (*miss-information*)

9. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang meyakinkan dan mempengaruhi ke arah hal positif

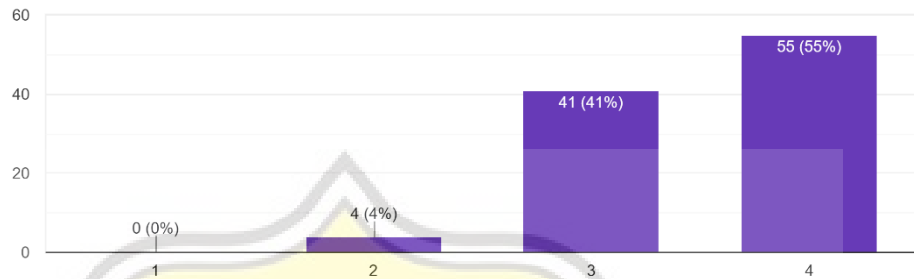


Diagram 4.13 Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang meyakinkan dan mempengaruhi ke arah positif

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.13, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang meyakinkan dan mempengaruhi ke hal positif, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 55% (55 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 41% (41 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi yang meyakinkan dan mempengaruhi ke arah hal positif kepada *followers*-nya. Dapat disimpulkan, berbagai informasi yang disajikan sudah mampu mempersuasi pembacanya, sehingga hal tersebut akan memudahkan pemerintah menjalankan program-program yang ada.

10. Instagram @humas.jateng menyediakan forum aspirasi publik secara terbuka

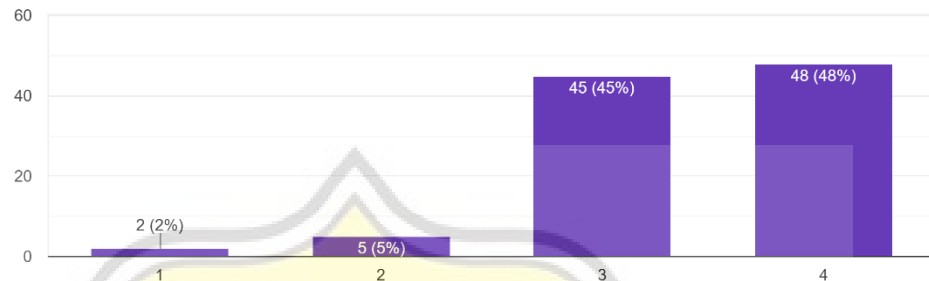


Diagram 4.14 Instagram @humas.jateng Menyediakan Forum Aspirasi Publik Secara Terbuka

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.14, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyediakan forum aspirasi publik secara terbuka, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 48% (48 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 45% (45 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 5% (5 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 2% (2 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyediakan forum aspirasi publik secara terbuka. Melalui forum aspirasi publik tersebut, humas pemerintah sebagai penengah dapat menjalin komunikasi dan hubungan yang positif kepada publiknya secara lebih personal. Disamping itu, forum aspirasi publik dapat dimanfaatkan untuk melihat respon audiens terhadap suatu konten yang dipublikasikan, apakah mendukung; menolak; atau terdapat pertanyaan tertentu.

11. Instagram @humas.jateng memberikan *feedback* yang positif saat membalas komentar atau DM

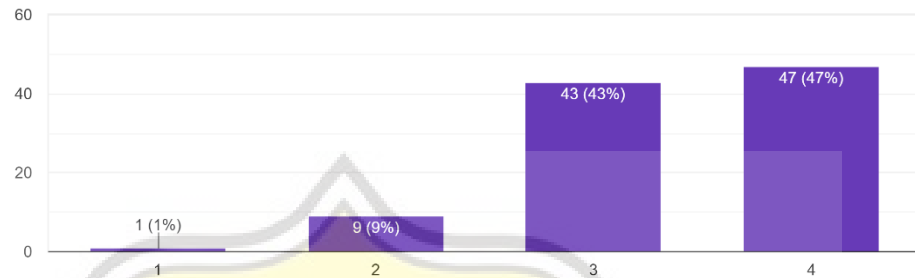


Diagram 4.15 Instagram @humas.jateng Memberikan *Feedback* Positif

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.15, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng memberikan *feedback* yang positif, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 47% (47 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 43% (43 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 9% (9 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng memang sudah memberikan *feedback* yang positif kepada *followers* saat membalas komentar atau DM. *Feedback* positif yang diberikan dapat menciptakan *trust* (kepercayaan) dan hubungan mutualisme antara instansi kepada publiknya, terkhusus *followers*. Melihat terdapat beberapa responden yang tidak setuju terhadap pernyataan kuesioner, maka dapat menjadi bahan evaluasi kedepannya untuk dapat menanggapi setiap *feedback audience* dengan cepat tanggap (*fast response*).

12. Instagram @humas.jateng akan memberikan klarifikasi terkait pemberitaan *hoax* yang beredar di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan instansi SETDA Provinsi Jawa Tengah

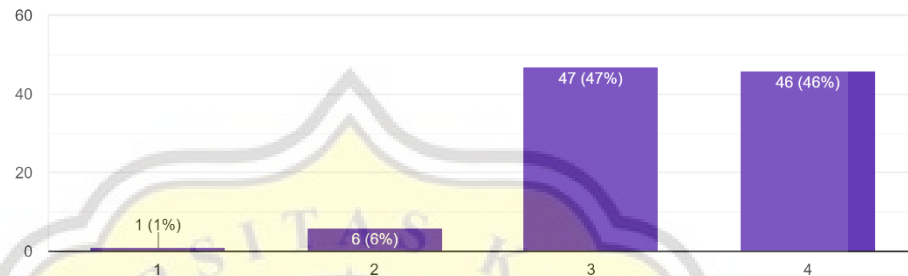


Diagram 4.16 Instagram @humas.jateng melakukan klarifikasi berita *hoax*

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.16, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng memberikan klarifikasi terkait berita *hoax*, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 46% (46 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 47% (47 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 6% (6 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng akan melakukan klarifikasi akan pemberitaan *hoax*, khususnya yang berkaitan dengan instansi SETDA Provinsi Jawa Tengah. Klarifikasi dilakukan dengan tujuan untuk menjaga kepercayaan publik, serta untuk menciptakan citra yang positif.

13. Hasil rekapitulasi tanggapan responden terkait variabel efektivitas

Tabel rekapitulasi bertujuan untuk memudahkan melihat hasil keseluruhan jawaban responden, serta melihat skor tertinggi dan skor terendah dari masing-masing indikator variabel. Adanya skor tertinggi dan skor terendah bertujuan untuk melihat indikator dari tiap variabel yang sangat memberikan pengaruh besar dan kecil (rendah) terhadap variabel efektivitas.

Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Variabel Efektivitas

Variabel Efektivitas	Skor Jawaban				Total
	1	2	3	4	Skor
Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya	0	2	38	60	358
Bobot Nilai	0	4	114	240	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap, baik meliputi konten kegiatan pimpinan hingga konten edukasi yang diperlukan publik	0	2	38	60	358
Bobot Nilai	0	4	114	240	
Pengolahan informasi yang disajikan Instagram @humas.jateng sudah dilakukan oleh SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional	0	3	47	50	347
Bobot Nilai	0	6	141	200	

Publikasi informasi yang disajikan Instagram @humas.jateng memanfaatkan berbagai variasi fitur yang ada	0	1	48	51	350
Bobot Nilai	0	2	144	204	
Instagram @humas.jateng memiliki warna desain visual yang khas dalam upaya <i>branding</i> diri	1	4	43	52	346
Bobot Nilai	1	8	129	208	
Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi dengan desain visual yang menarik (nyaman dilihat)	0	4	37	59	355
Bobot Nilai	0	8	111	236	
Pengemasan konten dengan menggunakan gaya liputan di Instagram @humas.jateng menambah daya tarik tersendiri	0	5	47	48	343
Bobot Nilai	0	10	141	192	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi dengan volume dan kejernihan suara yang jelas	1	4	43	52	346
Bobot Nilai	1	8	129	208	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang meyakinkan dan mempengaruhi ke arah hal positif	0	4	41	55	351
Bobot Nilai	0	8	123	220	
Instagram @humas.jateng menyediakan forum aspirasi publik secara terbuka	2	5	45	48	339
Bobot Nilai	2	10	135	192	

Instagram @humas.jateng memberikan <i>feedback</i> yang positif saat membalas komentar atau DM	1	9	43	47	336
Bobot Nilai	1	18	129	188	
Instagram @humas.jateng akan memberikan klarifikasi terkait pemberitaan <i>hoax</i>	1	6	47	46	338
Bobot Nilai	1	12	141	184	
Skor Tertinggi					358
Skor Terendah					336

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.2, Instagram @humas.jateng tergolong sebagai media publikasi yang efektif besarnya dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya, serta menyajikan informasi secara lengkap (baik meliputi konten kegiatan pimpinan hingga konten edukasi yang diperlukan publik). Hal tersebut sesuai dengan total skor tertinggi pada variabel efektivitas yang berjumlah 358. Meskipun begitu, ternyata Instagram @humas.jateng belum sepenuhnya memberikan *feedback* yang positif saat membalas komentar atau DM, dibuktikan melalui total skor terendah yang berjumlah 336.

4.1.3 Analisis Variabel Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Peneliti dalam penelitian ini menyajikan beberapa indikator yang dianggap mampu mempengaruhi hal-hal yang berkaitan dengan pemenuhan

kebutuhan informasi. Indikator-indikator tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan dalam kuesioner. Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui tanggapan responden, berikut hasilnya yang dikemas dalam bentuk diagram untuk memudahkan melihat besarnya presentase dari masing-masing jawaban yang ada:

1. Instagram @humas.jateng rutin menyajikan informasi terbaru

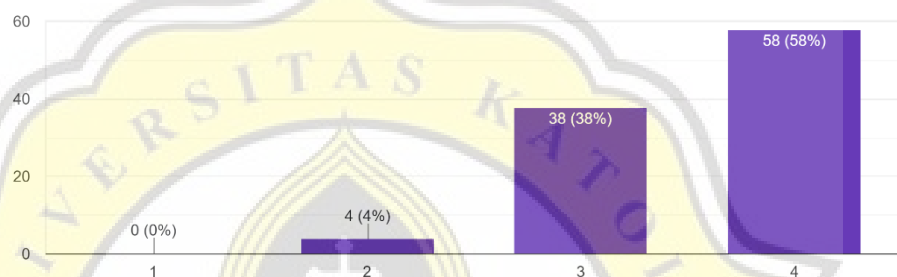


Diagram 4.17 Instagram @humas.jateng Rutin Menyajikan Informasi Terbaru

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.17, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng rutin menyajikan informasi terbaru, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 58% (58 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 38% (38 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah rutin menyajikan informasi terbaru kepada *followers*-nya.

2. Instagram @humas.jateng mampu memberikan kepuasan akan terpenuhinya kebutuhan informasi terbaru, tanpa harus mencari dari sumber lain

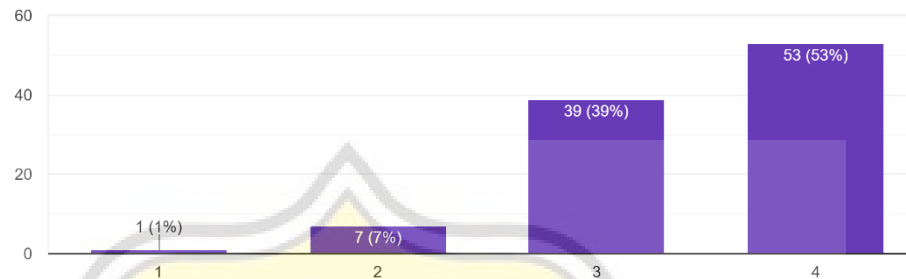


Diagram 4. 18 Instagram @humas.jateng Mampu Memberikan Kepuasan akan Terpenuhinya Kebutuhan Informasi Terbaru

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.18, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng mampu memberikan kepuasan akan terpenuhinya informasi terbaru, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 53% (53 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 39% (39 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 7% (7 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah mampu memberikan kepuasan akan terpenuhinya informasi terbaru kepada *followers*-nya, tanpa mereka harus mencari dari sumber lain.

3. Instagram @humas.jateng cepat dalam melakukan publikasi informasi, misalnya 1-2 hari dari waktu kejadian

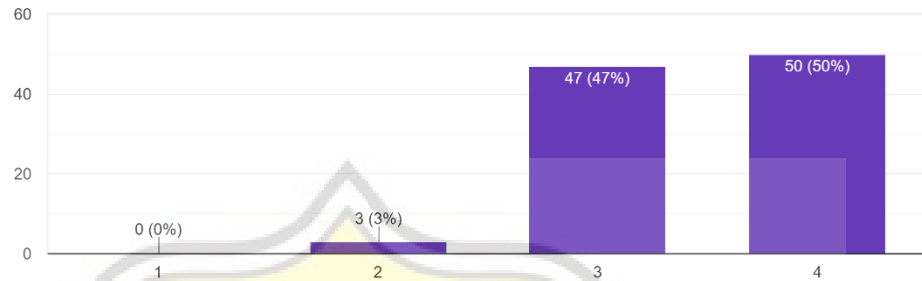


Diagram 4. 19 Instagram @humas.jateng Cepat dalam Melakukan Publikasi Informasi

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.19, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng cepat dalam melakukan publikasi informasi, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 50% (50 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 47% (47 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 3% (3 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah cepat dalam melakukan publikasi informasi kepada *followers*-nya, misalnya 1-2 hari dari waktu kejadian.

4. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang tertuang didalam konten secara lengkap (5W+1H)

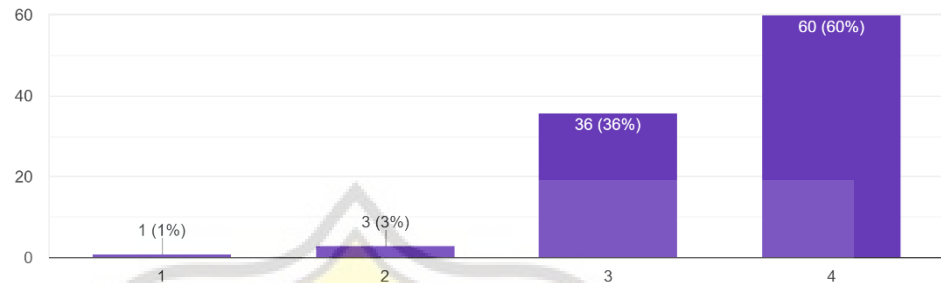


Diagram 4. 20 Instagram @humas.jateng Menyajikan Informasi secara Lengkap (5W+1H)

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.20, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap (5W+1H), ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 60% (60 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 36% (36 orang), “Tidak Setuju” sebanyak 3% (3 orang), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi secara lengkap yang mencakup 5W+1H (apa, dimana, kapan, siapa, mengapa, bagaimana) kepada *followers*-nya.

5. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara akurat (mengupayakan tidak adanya kesalahan informasi)

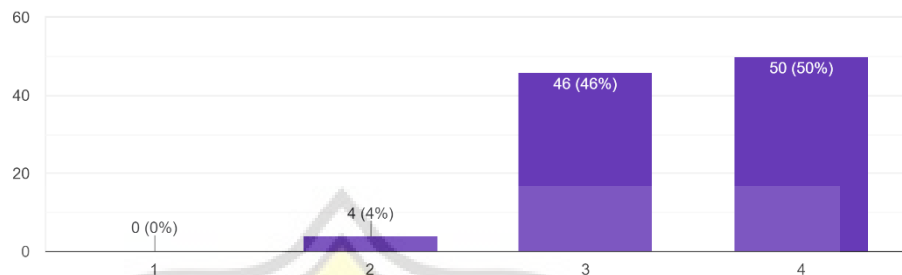


Diagram 4.21 Instagram @humas.jateng Menyajikan Informasi secara Akurat

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.21, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara akurat, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 50% (50 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 46% (46 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi secara akurat dengan mengupayakan tidak adanya kesalahan informasi.

6. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara dalam (menyajikan sudut pandang dari sisi pemerintah)

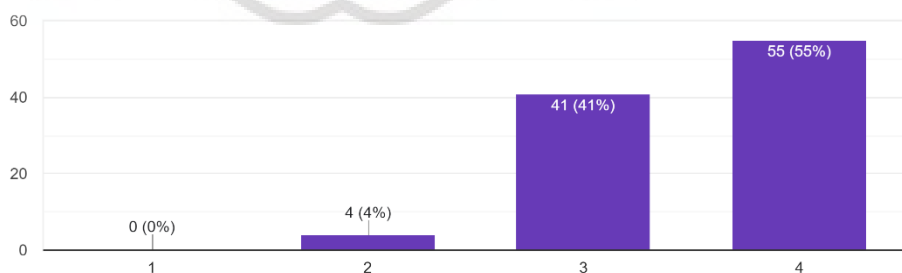


Diagram 4.22 Instagram @humas.jateng Menyajikan Informasi secara Dalam

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.22, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara dalam, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 55% (55 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 41% (41 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi secara dalam yaitu sudut pandang dari sisi pemerintah kepada *followers*-nya.

7. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara ringkas (tidak dengan durasi yang panjang)

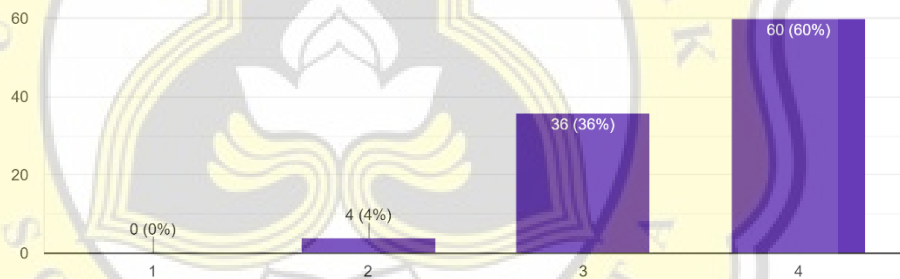


Diagram 4.23 Instagram @humas.jateng Menyajikan Informasi secara Ringkas

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.23, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara ringkas, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 60% (60 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 36% (36 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 4% (4 orang). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan apabila Instagram

@humas.jateng sudah menyajikan informasi yang dikemas secara ringkas (tidak dengan durasi yang panjang). Apabila dilihat melalui postingan yang ada, rata-rata konten video dikemas dengan durasi 1-2 menit.

8. Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang mudah untuk dipahami

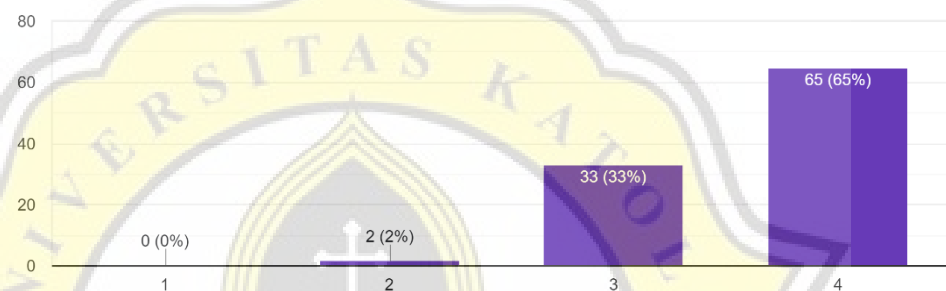


Diagram 4.24 Instagram @humas.jateng Menyajikan Informasi yang Mudah untuk Dipahami

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram 4.24, diketahui bahwa terkait pernyataan apakah Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang mudah untuk dipahami, ternyata mayoritas responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 65% (65 orang). Responden memilih jawaban “Setuju” sebanyak 33% (33 orang) dan “Tidak Setuju” sebanyak 2% (2 orang) dapat disimpulkan apabila Instagram @humas.jateng sudah mampu untuk menyajikan informasi yang mudah dipahami oleh *followers*-nya. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal seperti pengemasan informasi secara ringkas dan langsung pada intinya (*to the point*).

9. Hasil rekapitulasi tanggapan responden terkait variabel kebutuhan informasi

Tabel rekapitulasi bertujuan untuk memudahkan melihat hasil keseluruhan jawaban responden, serta melihat skor tertinggi dan skor terendah dari masing-masing indikator variabel. Adanya skor tertinggi dan skor terendah bertujuan untuk melihat indikator dari tiap variabel yang sangat memberikan pengaruh besar dan kecil (rendah) terhadap variabel kebutuhan informasi.

Tabel 4.3 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Variabel Kebutuhan Informasi

Variabel Kebutuhan Informasi	Skor Jawaban				Total
	1	2	3	4	Skor
Instagram @humas.jateng rutin menyajikan informasi terbaru	0	4	38	58	354
Bobot Nilai	0	8	114	232	
Instagram @humas.jateng mampu memberikan kepuasan akan terpenuhinya kebutuhan informasi terbaru, tanpa harus mencari dari sumber lain (khususnya yang berkaitan dengan instansi SETDA Provinsi Jawa Tengah)	1	7	39	53	344
Bobot Nilai	1	14	117	212	
Instagram @humas.jateng cepat dalam melakukan publikasi informasi, misalnya 1-2 hari dari waktu kejadian	0	3	47	50	347
Bobot Nilai	0	6	141	200	

Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang tertuang didalam konten secara lengkap (5W+1H)	1	3	36	60	355
Bobot Nilai	1	6	108	240	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara akurat (mengupayakan tidak adanya kesalahan informasi)	0	4	46	50	346
Bobot Nilai	0	8	138	200	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara dalam (menyajikan sudut pandang dari sisi pemerintah)	0	4	41	55	351
Bobot Nilai	0	8	123	220	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara ringkas (tidak dengan durasi yang panjang)	0	4	36	60	356
Bobot Nilai	0	8	108	240	
Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang mudah untuk dipahami	0	2	33	65	363
Bobot Nilai	0	4	99	260	
Skor Tertinggi					363
Skor Terendah					344

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.3, kebutuhan informasi *followers* dapat terpenuhi besarnya dipengaruhi oleh faktor Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang mudah untuk dipahami, sesuai dengan indikator total skor tertinggi pada variabel kebutuhan informasi

berjumlah 363. Meskipun begitu, ternyata Instagram @humas.jateng belum mampu sepenuhnya memberikan kepuasan akan terpenuhinya kebutuhan informasi terbaru, tanpa harus mencari dari sumber lain (khususnya yang berkaitan dengan instansi SETDA Provinsi Jawa Tengah). Hal tersebut sesuai dengan indikator total skor terendah pada variabel kebutuhan informasi yang berjumlah 344.

4.1.4 Analisis Efektivitas Instagram @humas.jateng terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*

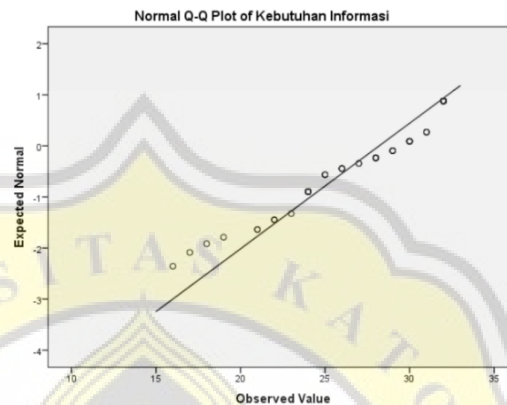
Untuk melihat dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa teknik analisis data untuk mengolah data penelitian seperti berikut ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas akan melihat normal data dari probability plots. Berikut asumsi dari *probability plot* (P-Plot) yaitu (Santoso, 2017:210):

- a. Model regresi memenuhi asumsi normalitas, apabila menunjukkan data yang tersebar di sekitar garis.
- b. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, apabila tidak menunjukkan data yang tersebar di sekitar garis.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 22*. Berikut hasil data P-Plot pengujian normalitas berdasarkan pada 100 sampel:



Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan gambar 4.1, terlihat gambar P-Plot dengan persebaran data sudah berada di sekitar garis. Melalui gambar dan persebaran data yang ada, maka dapat disimpulkan bila uji normalitas dengan menggunakan pendekatan P-Plot sudah berdistribusi normal.

2. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih, serta untuk melihat tingkatan korelasi antar variabel. Pada penelitian ini, uji korelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel efektivitas (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Uji korelasi pada penelitian ini akan menggunakan uji pearson. Berikut hasil datanya:

Tabel 4.4 Uji Korelasi

		Correlations	
		Efektivitas	Kebutuhan Informasi
Efektivitas	Pearson Correlation	1	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, didapatkan hasil uji korelasi pearson dengan jumlah sampel 100. Pada tabel tersebut dapat diketahui bila terdapat korelasi antara variabel efektivitas (X) dengan variabel kebutuhan informasi (Y), hal tersebut dikarenakan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Korelasi efektivitas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi juga memiliki hubungan yang positif yaitu 0,851 dengan tingkat signifikansi pada level 1%. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan korelasi yang positif, yaitu semakin tinggi efektivitas maka akan semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasinya.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh, serta mengetahui arah hubungan antara variabel X dan variabel Y apakah positif atau negatif.

Berikut hasil dari nilai regresi linear sederhana yang dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.100	1.512		2.712	.008
	Efektivitas	.577	.036	.851	16.060	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil tabel 4.5 di atas, diketahui terdapat pengaruh antara variabel efektivitas (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Variabel penelitian dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikasinya < 0,05. Hal tersebut sesuai dengan data pada tabel 4.5 yaitu nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Bentuk persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini yaitu:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 4,100 + 0,577X$$

Keterangan:

X = Efektivitas

Y' = Kebutuhan informasi

a = Konstanta

b = Konstanta regresi antara efektivitas dengan kebutuhan informasi

Berdasarkan persamaan regresi linear di atas, berikut penjelasannya:

- a. Konstanta dari variabel kebutuhan informasi (Y') sebesar 4,100, artinya jika efektivitas (X) bernilai nol (0) atau tidak meningkat, maka pemenuhan akan kebutuhan informasi (Y') nilainya akan tetap berada pada 4,100.
- b. Koefisien regresi variabel efektivitas (X) sebesar 0,577 (positif), menunjukkan pengaruh yang searah. Artinya, jika variabel efektivitas mengalami kenaikan 1 satuan, maka kebutuhan informasi juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,577 satuan. Begitupun sebaliknya, apabila efektivitas bernilai negatif dan terjadi penurunan 1 satuan, maka pemenuhan akan kebutuhan informasi juga akan menurun sebesar 0,577 satuan. Koefisien pada data bernilai positif, artinya terdapat hubungan yang positif antara variabel efektivitas dengan pemenuhan akan kebutuhan informasi, begitupun sebaliknya.

4. Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.6 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.725	.722	2.040

a. Predictors: (Constant), Efektivitas

Sumber: Olahan Peneliti

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel efektivitas (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Berdasarkan tabel 4.9 di atas, terlihat nilai R Square sebesar 0,807. Apabila dijadikan persen, maka $0,725 \times 100\% = 72,5\%$. Maka dapat disimpulkan, jika pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi memberikan nilai kontribusi sebesar 72,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. 27,5% sisanya, merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t pada penelitian ini penting dilakukan untuk menguji pengaruh variabel efektivitas (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y) secara parsial yang akan menggunakan uji statistik t (Uji T). Uji statistik t dilakukan dengan melihat tingkat signifikasinya, apabila kurang dari 0,05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis satu (H_1) diterima. Begitupun sebaliknya, apabila tingkat signifikasinya lebih dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis satu (H_1) akan ditolak. Berikut hasil pengujian hipotesis dengan uji t:

Tabel 4.7 Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.100	1.512	2.712	.008
	Efektivitas	.577	.036	.851	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Olahan Peneliti

Asumsi dari Uji T, yaitu:

- a. Nilai signifikansi $< 0,05$
- b. Nilai t hitung $> t$ tabel

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji t di atas, diperoleh nilai t hitung sebesar 16,060. Diketahui t tabel = 1,660 yang diperoleh dari rumus t tabel yaitu $(\alpha/2) ; n-k-1 = (0,1/2) ; 100-1-1 = 0,05 ; 98 = 1,66055$ atau 1,660 (dilihat melalui distribusi nilai t tabel). Berdasarkan nilai t yang sudah didapatkan, diperoleh hasil t hitung sebesar $16,060 > t$ tabel sebesar 1,660, dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Apabila dilihat melalui nilai signifikansi pada hasil data didapatkan nilai $0,000 < 0,05$. Melalui kedua hasil tersebut (t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$), dapat disimpulkan bila terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara signifikan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Efektivitas dan Kebutuhan Informasi

Berdasarkan pada hasil pengolahan data untuk variabel efektivitas dengan 12 butir pernyataan, ternyata efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi besarnya dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya, serta Instagram @humas.jateng menyajikan informasi secara lengkap (dibuktikan melalui hasil indikator dengan total skor tertinggi yang berjumlah 358). Hal tersebut menunjukkan adanya pengelolaan sumber daya korporasi secara internal terkait pengelolaan informasi yang sudah baik. Meskipun begitu, ternyata melalui data diketahui Instagram @humas.jateng belum sepenuhnya mampu memberikan *feedback* yang positif saat membalas komentar atau DM. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil indikator efektivitas dengan total skor terendah sejumlah 336.

Berdasarkan pada hasil pengolahan data untuk variabel kebutuhan informasi dengan 8 butir pernyataan, ternyata kebutuhan informasi *followers* dapat terpenuhi besarnya dipengaruhi oleh faktor Instagram @humas.jateng menyajikan informasi yang mudah untuk dipahami. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil total skor tertinggi pada variabel kebutuhan informasi sejumlah 363. Meskipun begitu, melalui hasil data dari indikator variabel kebutuhan informasi dengan total skor terendah sejumlah 344, ternyata Instagram @humas.jateng belum mampu sepenuhnya memberikan kepuasan akan terpenuhinya kebutuhan informasi terbaru.

Hasil data penelitian ini juga didukung dengan adanya mayoritas responden yang memilih jawaban “Sangat Setuju” pada pernyataan dalam kuesioner. Dengan kata lain, sampel penelitian yang berjumlah 100 orang dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi yaitu 36,3 ribu *followers*, berpendapat sangat setuju apabila efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Hal tersebut secara langsung juga menunjukkan adanya pelaksanaan tugas humas pemerintah yang baik sebagai komunikator dalam melakukan pengelolaan media sosial Instagram @humas.jateng.

Meskipun keseluruhan hasil data yang didapatkan sudah menunjukkan respon yang positif, namun pada penelitian ini peneliti menemukan hal yang menarik yaitu beberapa jawaban responden yang memilih jawaban pernah melakukan “*like* atau komen”, justru memilih beberapa pernyataan yang disediakan dengan pilihan jawaban “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju”. Hal tersebut menunjukkan, tidak semua responden yang melakukan *like* (suka) atau *comment* (komentar), benar-benar menyukai atau memahami informasi yang disampaikan.

Disisi lain, sangat dimungkinkan di dalam satu konten yang dipublikasikan, ada hal yang disukai (disetujui) dan tidak disukai (tidak disetujui) oleh *followers*. Misalnya, *followers* berpendapat jika Instagram @humas.jateng sudah menyajikan informasi berdasarkan fakta dikarenakan mereka hadir di lokasi kejadian. Meskipun begitu, ternyata mereka berpendapat jika desain visual konten kurang menarik untuk dilihat. Dengan

demikian, wajar apabila terdapat responden yang berpendapat tidak setuju terhadap beberapa pernyataan kuesioner penelitian.

Data responden yang memilih jawaban tersebut meskipun tergolong ke dalam presentase yang rendah, namun sebagai komunikator dan penghubung instansi pemerintah kepada publiknya sebagaimana yang diatur dalam “Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah”, humas pemerintah harus memastikan dan melakukan evaluasi kembali terkait hal-hal kecil seperti ini. Jangan sampai media sosial instansi pemerintah hanya dijadikan sebagai media popularitas dan publikasi biasa, tanpa menyadari hal-hal detail yang dapat mempengaruhi pemahaman publik.

4.2.2 Analisis Pengaruh Variabel Efektivitas terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu, termasuk *followers* Instagram @humas.jateng. Berdasarkan data yang telah diperoleh, Instagram @humas.jateng secara keseluruhan sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya, yang dibuktikan melalui sudah dilakukannya publikasi akan kebutuhan informasi tersebut, mulai dari aktivitas pimpinan hingga program magang. Disisi lain,

faktor yang mendukung pemahaman informasi *followers* disebabkan oleh faktor adanya pengemasan informasi pada konten yang mudah untuk dipahami. Hal tersebut, erat kaitannya dengan adanya pengelolaan sumber daya korporasi secara internal khususnya yang berkaitan dengan sistem informasi dan komunikasi yang baik, yaitu efektivitas Instagram @humas.jateng.

Efektivitas Instagram @humas.jateng juga erat kaitannya dengan pelaksanaan tugas humas pemerintah SETDA Provinsi Jawa Tengah sebagai komunikator, yaitu dalam menjalin komunikasi dan memenuhi kebutuhan informasi. Dengan kata lain, semakin efektif Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi, maka pelaksanaan tugas humas Pemerintah semakin berhasil dan semakin memberikan pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Melalui hasil analisis data penelitian yang sudah dilakukan, terdapat pengaruh variabel efektivitas terhadap variabel kebutuhan informasi yang dibuktikan melalui uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis (uji t). Melalui hasil uji regresi linear sederhana, didapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta didapatkan koefisien regresi yang bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan Instagram @humas.jateng sudah efektif dalam memberikan pengaruh yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, yang berarti semakin efektif

Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya.

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis yang menggunakan uji t, juga diperoleh nilai t hitung sebesar $16,060 > t$ tabel sebesar 1,660, dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y yaitu sebesar 72,5% yang didapatkan melalui hasil koefisien determinasi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 27,5% yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

